

Fernando Bruna

Novos principios para a política de internacionalización empresarial

O 2010 ha de ser o ano en que o novo goberno galego reforme a política de internacionalización empresarial, tal e como anunciaba no seu programa electoral. A fusión da Consellería de Economía coa de Industria xa ven supor un paso estratéxico importante para superar a **tradicional atomización, dispersión e descoordinación**. Lembremos que ata o ano 2004 o IGAPE non contaba cun apartado específico de internacionalización na súa páxina web. Posteriormente, o IGAPE continuou xestionando os apoios á internacionalización da Consellería de Economía con independencia do Plan de Fomento das Exportacións Galegas (FOEXGA) da Consellería de Industria, que, pola súa vez, é xestionado por 9 Cámaras de Comercio. Todo isto sen coordinar cos esforzos doutros axentes económicos e institucionais e moitas veces duplicando recursos escasos. E nun país no que máis da metade das empresas exportadoras non conta cun departamento específico de exportación.

Nos últimos anos téñense presentado novas iniciativas, como bygalicia.eu, exportgalicia.com ou o Servizo de Acceso ás Licitacións Internacionais SALT, que sen lóxica estratéxica implica á Consellería de Traballo. É o momento para Galicia de abordar esta política dun xeito integral. Vexamos once principios inspiradores, algúns deles xa recollidos no programa electoral do novo goberno:

- » **Planificación estratéxica.** Ademais das CC.AA. con máis tradición na política de in-

ternacionalización, outras como Estremadura, Castela-A Mancha ou Murcia dispoñen de plans actualmente vixentes, mais non así Galicia. É imprescindible contar cunha folla de ruta plurianual elaborada en consenso que defina obxectivos, liñas de acción, ferramentas e mecanismos de coordinación. Cómpre que a abordaxe sexa plurianual e revisable, xa que esta é por definición unha política de medio-longo prazo.

- » **Priorización.** Cómpre dispor de plans país plurianuais para un reducido número de países estratéxicos aos que abordar por fases usando distintas ferramentas e buscando sinerxías entre accións. Os sectores estratéxicos e emerxentes necesitan plans de acción específicos. A colaboración coas asociacións sectoriais é esencial.
- » **Profesionalización.** Isto pode acontecer nun IGAPE reformado. A SPRI vasca, por exemplo, ten oficinas en máis de 50 países. Mais a tendencia autonómica é a de crear entidades específicas para a internacionalización empresarial, ben con empresas públicas (Canarias, Andalucía, Aragón, Madrid) ou ben con outras estruturas institucionais.
- » **Coordinación institucional.** Nas políticas autonómicas neste eido os modelos organizativos máis integradores crean entidades especializadas que incorporan os axentes privados (Cataluña, as dúas Castelas, Valencia, Asturias), en ocasións por iniciativa e liderado da axencia autonómica de desenvolve-

mento. Mesmo se non se fixer así en Galicia, o éxito depende do consenso e a coordinación de accións entre os axentes activos.

- » **Unidade de acción no exterior.** Como paso previo, unha Mesa Galega de Internacionalización e Cooperación Empresarial podería reunir todos os axentes involucrados nesta política, para coordinar as súas accións e buscar a súa especialización operativa: ICEX, Consello Galego de Cámaras de Comercio, Consorcio Zona Franca, Confederación de Empresarios, Fundación Galicia Europa, asesores de recoñecido prestixio, etc. Un precedente é o Consello para a Internacionalización Empresarial de Castela e León. Cómpre avaliar o posible papel das entidades financeiras nesta Mesa, como ocorre no EXCAL de Castela-León ou en ASTUREX (o ICEX colabora con Banesto, ademais de co ICO).
- » **Transversalidade.** Deben emprenderse estratexias comúns con Turgalicia, coas Universidades, cos responsables das infraestruturas públicas, da promoción cultural, das relacións diplomáticas, da I+D+i...
- » **Colaboración co Estado.** A acción galega debe usar os *Planes Integrales de Desarrollo de Mercados* deseñados polo Estado e aproveitar a súa marca. A estratexia dos Portos de Interese Xeral do Estado ou o novo mapa de transporte ferroviario de mercadorías son claves para o tecido empresarial galego. A política de Galicia ten que potenciar o acceso aos fondos estatais e europeos, e igualmente o aproveitamento das contribucións estatais a organismos internacionais, o que require apoio personalizado e non novas subvencións.
- » **Portugal e a lingua galega.** Mais a nosa principal vantaxe competitiva en Europa e

a Eurorrexión Galicia-Norte de Portugal é a lingua galega. Estas peculiaridades permiten o acceso a fondos europeos por parte de consorcios transfronteirizos, internacionais, e tamén o acceso privilexiado a mercados como Brasil, Angola ou Macau (China), ademais de, por suposto, a Portugal.

- » **Cooperación empresarial e entre organizacións intermedias.** A política de internacionalización deberá favorecer ás empresas e asociacións que cooperen intra- ou intersectorialmente e apoiar a súa cooperación con entidades estranxeiras. Isto require acompañamento, a mera subvención non é efectiva. Unha referencia sobre isto é a alianza do IVEX coa Cámara de Comercio de Valencia no apoio aos consorcios de exportación.
- » **Innovación.** A moeda global é única: a da competitividade, e as súas dúas facianas son a internacionalización e a innovación, como ben se entende desde ACCIÓ en Cataluña. A participación en redes europeas de innovación, e o aproveitamento dos seus fondos, é outra vía de internacionalización empresarial, como saben os centros tecnolóxicos. A política de innovación basease en prioridades e redes, como as creadas en Navarra ou Madrid, e cómpre que estea intimamente ligada ao apoio estratéxico para a internacionalización.
- » **Redes e redes de redes.** Non só cos empresarios no exterior, senón tamén cos xoves galegos que teñen sido bolseiros internacionais do ICEX ou do IGAPE, cos estudantes ERASMUS, coa atracción a Galicia de fillos de emigrantes (política que tería unha vertente demográfica) e a súa formación en comercio exterior, cos exalumnos dos moitos cursos existentes sobre comercio exterior ou idiomas. Débese contribuír a financiar a pre-

senza de expertos en comercio exterior nas asociacións empresariais e traballar con eles en rede... E todo iso baixo o paraugas único da estratexia galega de internacionalización e utilizando as TICs para manter a rede operativa, así como con profesionais que creen a infraestrutura e alimenten estas redes, e que lle ofrezan coñecementos e oportunidades laborais ou de negocio.

A actual situación económica e as oportunidades que creará a súa superación, esixen este esforzo pola planificación estratéxica, a coordinación e a cooperación.